

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering disebut sebagai salah satu pilar kekuatan perekonomian suatu daerah. Hal ini disebabkan karena UMKM mempunyai fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan skala besar (Sartika, 2002). Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Peran penting tersebut telah mendorong banyak Negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya dalam mengembangkan UMKM. Walaupun kecil dalam skala jumlah pekerja, asset, dan omzet namun karena jumlahnya cukup besar, maka peranan UMKM cukup penting dalam menunjang perekonomian.

UMKM sangat mempengaruhi peningkatan ekonomi namun UMKM menghadapi ketidakberdayaan dan berbagai masalah baik yang bersifat internal maupun eksternal, sehingga memperlambat peningkatan taraf hidup masyarakat Indonesia. Pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat setiap tahunnya. Hal ini bisa dilihat dari laju pertumbuhan UMKM yang cenderung meningkat dalam beberapa tahun terakhir (lampiran 1).

Kota Payakumbuh merupakan sektor industri yang pada umumnya tergolong pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Mayoritas dari UMKM ini didominasi oleh usaha rumah tangga. Berdasarkan Badan Pusat dan Statistik

(2016) menurut Surat izin usaha perdagangan terdapat sebanyak 426 unit usaha yang bergerak di bidang UMKM. Hal ini dapat dilihat dari (Lampiran 2).

Kota Payakumbuh sendiri memiliki sentra kegiatan dalam industri UMKM salah satunya yaitu Kampung Rendang. Di Kampung Rendang terdapat 12 usaha yang merupakan usaha pembuatan dan pemasaran aneka macam rendang. Diantara usaha tersebut adalah Rendang Yolanda, Rendang Neng Keke, Rendang Usmai, Rendang Erika, Rendang Indah, Rendang Yen, Rendang Evi, Rendang Baim, Rendang Rian, Rendang Rosnini, Rendang Unina dan Dapoer Rendang Riry. (Lampiran 1).

Dengan adanya 12 usaha rendang yang ada di Kampung Rendang dan 24 usaha rendang yang ada di Payakumbuh pemilik usaha harus benar-benar mempunyai sistem pemasaran yang tepat, agar dapat meningkatkan penjualan dan memasarkan barang atau produk. Dalam melakukan kegiatan pemasaran, sistem pemasaran yang dilakukan merupakan salah satu kunci bertahan dalam persaingan dengan usaha lain yang sejenis ataupun tidak. Sistem pemasaran pada usaha kecil umumnya lebih bersifat informal, sehingga tidak ada peraturan baku yang mengatur tentang sistem pemasaran, tetapi pada kenyataannya suatu usaha sebenarnya telah menerapkan sistem pemasaran yang tepat untuk bersaing dan maju. (Wahyudi, 2013)

Salah satu UMKM yang menjual produk olahan rendang telur yaitu Dapoer Rendang Riry. Usaha Dapoer Rendang Riry merupakan salah satu UMKM yang menghasilkan produk unggulan dan mampu bersaing dengan merek lainnya yang berada di Payakumbuh. Usaha Dapoer Rendang Riry sendiri berlokasi di Jl. Tan Malaka KM 4 RT.05/RW.01 Kelurahan Sungai Durian. Usaha

Dapoer Rendang Riry berdiri pada tahun 2000, yang dibentuk oleh Ibu Ratna Juwita. Pada awalnya industri rumah tangga yang berkembang hanya memproduksi rendang telur, kemudian berkembang jenis varian yang di produksi selain dari rendang telur diantaranya yaitu rendang daging, rendang suir, rendang paru, rendang belut, rendang jagung, dan rendang ubi. Dari semua varian produk tersebut rendang telur merupakan varian produk yang kontinue.

Rendang telur merupakan produk unggulan di Usaha Dapoer Rendang Riry dengan produksi paling tinggi dibandingkan jenis produk olahan komoditi lainnya. Usaha Dapoer Rendang Riry setiap minggunya dapat memproduksi sekitar 80-100 kg rendang telur, dengan harga per kg dari rendang telur mencapai Rp. 50.000/ Kg. Dalam proses pemasarannya sendiri Usaha Dapoer Rendang Riry sebagai salah satu penghasil rendang telur memiliki proses pemasaran yang melibatkan lembaga pemasaran Usaha Dapoer Rendang Riry tidak hanya menjual hasil produksi langsung ke konsumen akhir. Usaha Dapoer Rendang Riry membutuhkan satu atau lebih pedagang perantara agar produknya bisa sampai ke konsumen akhir. Perantara tersebut diantaranya yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Untuk penjualan produk rendang telur di Usaha Dapoer Rendang Riry menjual hasil produksi ke pedagang pengumpul yang berada di wilayah Pekanbaru dan pedagang pengecer yang terdapat di wilayah Jawa, Padang dan Bukittinggi. Dalam proses memasarkan produk olahan rendang telur tersebut setiap pedagang menentukan harga yang bervariasi tergantung dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran, hal ini menyebabkan harga jual kepada konsumen menjadi bervariasi dengan kisaran harga antara Rp. 60.000/kg-

Rp.75.000/kg. Tingginya harga ini membuat adanya keuntungan yang dinikmati lembaga pemasaran dan tidak puasny konsumen terhadap harga yang ditawarkan oleh lembaga pemasaran. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan mempengaruhi margin pemasaran, dimana dalam margin pemasaran terdapat biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran.

Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan besarnya biaya yang dikeluarkan, serta ada bagian yang dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang. Hal tersebut cenderung memperkecil proporsi yang diterima produsen dan memperbesar biaya yang dibayarkan oleh konsumen. Selain itu saluran pemasaran yang panjang juga diduga akan menyebabkan pemasaran rendang telur yang ada pada usaha ini menjadi tidak efisien. Pada proses ini diperlukan biaya pemasaran yang digunakan untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Hal ini memerlukan perhatian akan masalah efisiensi pemasaran agar rendang telur sampai di tangan konsumen dengan harga yang wajar dan lembaga pemasaran yang terlibat mampu menjalankan fungsi pemasaran dengan baik. Secara teori biaya pemasaran Menurut Hellyward, dkk (2004) biaya tataniaga adalah biaya yang muncul karena adanya jarak lokasi waktu antara produsen dan konsumen selama berlangsung proses tataniaga. Selain berpengaruh terhadap margin, pemasaran juga akan mempengaruhi efisiensi pemasaran.

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Efisiensi Pemasaran Produk Rendang Telur (Studi Kasus : Usaha Dapoer Rendang Riry Kecamatan Lamposi Tigo Nagari)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Wilayah, Lembaga dan Saluran pemasaran rendang telur di Usaha Dapoer Rendang Riry di kecamatan Lampasi Tigo Nagari ?
2. Bagaimana margin pemasaran rendang telur Usaha Dapoer Rendang Riry di Kecamatan Lampasi Tigo Nagari ?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran dari produk olahan peternakan yang terdapat di Usaha Dapoer Rendang Riry di kecamatan Lampasi Tigo Nagari ?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Wilayah, Lembaga dan Saluran pemasaran rendang telur Usaha Dapoer Rendang Riry di kecamatan Lampasi Tigo Nagari Kota Payakumbuh.
2. Menghitung besarnya margin pemasaran rendang telur Usaha Dapoer Rendang Riry di kecamatan Lampasi Tigo Nagari.
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran rendang telur.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi tentang bagaimana pemasaran produk olahan rendang telur hasil produksi UMKM.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi perusahaan sebagai informasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi dalam pemasaran produk.

3. Memberikan bahan pertimbangan untuk pemerintah dalam hal membuat kebijakan mengenai pengembangan UMKM.

